



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UNICEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS – FATECS
CURSO: TURISMO

MARCELA LOPES REBELLO
RA: 2042059/6

PROGRAMA VIAJA MAIS MELHOR IDADE: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DAS
AGÊNCIAS DE VIAGENS DE BRASÍLIA/DF.

Professora Orientadora:
Anna Maria Rigobello

Brasília/DF, junho de 2008

MARCELA LOPES REBELLO

**PROGRAMA VIAJA MAIS MELHOR IDADE: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DAS
AGÊNCIAS DE VIAGENS DE BRASÍLIA/DF.**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Turismo do Uniceub - Centro Universitário de Brasília.

Professora orientadora: Anna Maria Rigobello

Brasília/DF, junho de 2008

MARCELA LOPES REBELLO

**PROGRAMA VIAJA MAIS MELHOR IDADE: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DAS
AGÊNCIAS DE VIAGENS DE BRASÍLIA/DF.**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Turismo do Uniceub - Centro Universitário de Brasília.

Professora orientadora: Anna Maria Rigobello

Banca examinadora:

Prof (a) Anna Maria Rigobello: Orientadora

Prof (a): Examinador (a)

Prof (a): Examinador (a)

Brasília/DF, junho de 2008

RESUMO

O “Viaja Mais Melhor Idade” é um programa criado pelo Ministério do Turismo com a intenção de promover a inclusão social dos idosos por meio do turismo, estimulando estes a viajarem mais, durante o período de baixa ocupação e a preços mais acessíveis. Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa visa analisar a percepção das agências de viagem de Brasília sobre o programa “Viaja Mais Melhor Idade”. Para tanto, estudou-se o papel das agências de viagem no segmento turístico voltado para a terceira idade; analisou-se o programa “Viaja Mais Melhor Idade”; e foram identificadas as agências de Brasília cadastradas no programa “Viaja Mais Melhor Idade”; e o interesse delas em participar do programa. O método utilizado para a realização deste estudo foi o qualitativo e exploratório em que os dados foram coletados por meio de entrevistas realizadas com agentes de viagens que comercializam os pacotes do programa “Viaja Mais Melhor Idade”. Mediante a análise dos dados coletados é possível considerar que o programa possui algumas falhas, mas que essas podem ser corrigidas, uma vez que o programa ainda está na sua fase inicial, que se deu com a sua implantação em setembro de 2007.

PALAVRAS CHAVE: Programa Viaja Mais Melhor Idade, Idosos, Agências de Viagem.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
CAPÍTULO I – Abordagem sobre Agenciamento Turístico.....	8
1.1 Agências de Viagens	9
1.2 Agências de Viagens e Turismo	9
1.3 Atividades das Agências de Turismo	10
CAPÍTULO II – Terceira Idade e Turismo	12
2.1 Particularidades do Turista Idoso	13
CAPÍTULO III – Programa Viaja Mais Melhor Idade (VMMI)	15
3.1 Objetivos do Viaja Mais Melhor Idade	15
3.2 Como Funciona o Viaja Mais Melhor Idade	16
CAPÍTULO IV – ANÁLISE DOS DADOS	19
CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	23
APÊNDICE A	24

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o segmento turístico tem apresentado, segundo Santos (2004), um grande crescimento econômico no Brasil. De acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), empregam-se milhões de pessoas no País em atividades turísticas.

Assim, como o turismo, o que vem crescendo rapidamente no mundo e, particularmente no Brasil, é o número de idosos. As expectativas, segundo o IBGE (2008), é que a população de idosos aumentará dos atuais 7,8% para 13% em 2021.

Com o aumento da população de pessoas de mais de 60 anos no Brasil, uma nova classe de consumidores entra no mercado turístico. Essa nova tendência está mobilizando tanto o governo quanto as empresas prestadoras de serviços turísticos a criarem alternativas para oferecer produtos e serviços mais apropriados às necessidades da população de terceira idade (FROMER; VIEIRA, 2003).

É a partir daí que surge o programa “Viaja Mais Melhor Idade” (VMMI), criado pelo Ministério do Turismo, com o apoio e parceria da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo - Braztoa, Associação Brasileira de Agências de Turismo - ABAV, Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI, Ministério da Previdência, Ministério do Trabalho, Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil (MANUAL, 2008).

Ainda segundo o Manual (2008), o Projeto tem a intenção de promover a inclusão social dos idosos por meio do turismo, estimulando estes a viajarem mais, durante o período de baixa ocupação e a preços mais acessíveis. Aposentados e pensionistas do INSS podem optar pelo pagamento parcelado através de crédito consignado¹ com juros inferiores a 1% ao mês.

Diante do exposto, surgiu o seguinte questionamento de pesquisa:

¹ O empréstimo consignado consiste em oferecer crédito para aposentados e pensionistas do INSS e tendo seu pagamento descontado diretamente no benefício. Com a garantia de pagamento em folha, as instituições financeiras conseguem uma maior garantia de recebimento da dívida. Esse crédito de baixo risco permite que sejam praticadas taxas de juros mais baixas. O valor das prestações do empréstimo não pode ultrapassar 30% da aposentadoria ou pensão recebida. O prazo máximo para liquidação da dívida é de 36 meses. Os empréstimos consignados são regidos de acordo com normas da Previdência Social (EMPRÉSTIMOS.ORG, 2008).

Qual a percepção das agências de viagem de Brasília/DF sobre o programa “Viaja Mais Melhor Idade”?

Nesse sentido, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar a percepção das agências de viagem de Brasília sobre o programa “Viaja Mais Melhor Idade”.

Para tanto, estabeleceu-se como objetivos específicos: estudar o papel das agências de viagem no segmento turístico para a terceira idade; analisar o programa “Viaja mais Melhor Idade”; identificar as agências de Brasília cadastradas no programa “Viaja Mais Melhor Idade”; e verificar o interesse das mesmas em participar do programa.

Portanto, este trabalho se justifica pela importância das agências cadastradas no programa “Viaja Mais Melhor Idade” em proporcionar viagens mais agradáveis a essa nova demanda potencial do turismo, os clientes de terceira idade. É necessário ressaltar que os idosos possuem características fisiológicas, psicológicas e mentais próprias nessa faixa etária e que devem ser decisivas na elaboração dos pacotes de viagens.

Com isso, pode-se observar que as agências assim como o governo e seus parceiros, estão diretamente ligados ao sucesso ou ao fracasso do programa.

Para alcançar os objetivos propostos neste estudo, foi preciso adotar uma metodologia de pesquisa, que segundo Gil (2002) é a parte do trabalho em que se descrevem os procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa.

O método utilizado para a realização deste estudo é qualitativo e exploratório e foi desenvolvido através de entrevistas (APÊNDICE A) realizadas com agentes de viagens que vendem os pacotes do programa “Viaja Mais Melhor Idade”, além de pesquisas bibliográficas e documental em obras e documentos pertinentes ao assunto abordado.

Segundo Silva e Menezes (2000, p. 20),

Uma pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os

pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Segundo Dencker (2003), os estudos exploratórios compreendem além do levantamento das fontes secundárias, o estudo de casos selecionados e a observação informal.

Ainda segundo Dencker (2003, p.137),

A entrevista é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas com um grau de estruturação previamente definido, cuja finalidade é obtenção de informações de pesquisa (receber informações relacionadas com a atividade turística, por exemplo).

Neste estudo, dados primários foram obtidos através da pesquisa bibliográfica e documental em livros, revistas especializadas, jornais e manuais com dados pertinentes ao assunto, bem como pesquisas na Internet.

Seguindo uma metodologia de organização do trabalho, este foi dividido em capítulos para melhor compreensão dos termos abordados. Sendo assim, no primeiro capítulo apresenta-se uma abordagem sobre agenciamento turístico, já no segundo trata-se sobre a terceira idade e sobre sua relação com o turismo. No terceiro capítulo é abordado o programa Viaja Mais Melhor Idade que é uma iniciativa do Ministério do Turismo para fomentar o turismo no Brasil.

No capítulo quatro é apresentada uma análise a partir dos dados coletados mediante entrevistas, e são evidenciadas algumas constatações e sugestões de melhoria. Por fim, nas considerações são evidenciados os resultados obtidos com este estudo, bem como as suas contribuições futuras para assuntos relacionados ao tema.

CAPÍTULO I – Abordagem sobre Agenciamento turístico

O setor de turismo compreende uma ampla gama de atividades relacionadas com viagens realizadas por motivos muito diversificados como lazer, educação, negócios e tratamento de saúde. Dito de outra forma, a receita do turismo corresponde ao total dos gastos dos viajantes decorrentes de sua permanência fora do local de residência, englobando agenciamento, hospedagem, alimentação, entretenimento, etc. (ANDRADE, 2002.)

A Agência de Turismo exerce a função intermediadora entre a demanda (procura por parte dos clientes, turistas, viajantes) e a oferta de serviços turísticos, feitos pelos prestadores ou fornecedores de serviços. Ela também desempenha uma função de assessoria ao público, pois pesquisa, filtra e classifica a grande quantidade de informação vinda de um mercado turístico em tempos de globalização. (PETROCCHI, 2003)

Segundo Mamede (2004, p. 74),

[...] no que tange ao registro e funcionamento das agências bem como a abertura de filiais e pontos de venda ou prestação de serviços, o decreto fala em registro na Embratur. O registro estaria condicionado à aprovação dos seguintes requisitos: capital social integralizado mínimo, capacidade técnica e idoneidade moral da empresa e de seus responsáveis, idoneidade financeira e qualificação cadastral da empresa, instalações adequadas ao atendimento aos usuários, com áreas exclusivamente destinadas a atividade e comprovação de viabilidade do mercado na localidade pretendida. Esse certificado habilitaria a empresa ou filial a exercer em todo território nacional, as atividades correspondentes à categoria em que estiver classificada.

No Brasil, as agências de viagens são classificadas, de acordo com a legislação, em: agências de viagens e em agências de viagens e turismo. As agências de viagens vendem os pacotes do Programa e as agências de viagens e turismo criam os pacotes, mas também, podem vendê-los.

As agências entrevistadas nessa pesquisa foram as agências de viagens.

1.1 Agências de Viagens

Segundo Petrocchi (2003), as agências de viagens funcionam com o objetivo de distribuir os produtos e serviços turísticos ao público consumidor. As agências comercializam passagens aéreas, aluguel de veículos, reserva de hotéis, seguros de viagens, prestam serviços relativos à documentação, câmbio e ingressos para shows e eventos e vendem pacotes nacionais e internacionais. A agência não faz estoque de serviços, apenas realiza a intermediação da venda deles.

1.2 Agências de Viagens e Turismo

Segundo Petrocchi (2003, p.44), “a agência de viagens e turismo planeja, organiza e coordena viagens por meio de contratação de diferentes fornecedores de produtos turísticos”. Essas viagens constituem um novo produto, o pacote turístico ou viagem organizada.

As agências de viagens e turismo podem adotar o papel de uma agência de viagens e só às vezes desenvolver roteiros próprios, atendendo a demanda de mercado. Elas também podem atuar como operadora, estruturando e comercializando pacotes turísticos, e utilizando-se das agências de viagens como canal de distribuição no mercado final (PETROCCHI, 2003).

Segundo o mesmo autor (2003 p. 45):

[...] as operadoras atuam como atacadistas ao comprar serviços em blocos e revendê-los em partes menores. Na estruturação de um pacote, a operadora não altera as características individuais de cada um dos serviços contratados, mas agrupam, formando um produto diferente e com valor agregado.

A maior operadora brasileira, Viagens CVC, atende mais de 330 mil passageiros por ano em roteiros nacionais e internacionais. Possui frota própria de ônibus e utiliza fretamento de aeronaves para atender à demanda de verão (PETROCCHI, 2003).

1.3 Atividades das Agências de Viagens

Antigamente, o papel das agências de viagens era restrito à classe mais rica da população. Com a chegada da democratização, dos avanços tecnológicos e organizacionais, viabilizou-se um incremento da produtividade e a redução de custos. Houve uma otimização do trabalho e essa restrição começa a ser alterada, passando essa atividade a atingir diferentes classes (MIRANDA, 2000).

Acompanhando os desejos da clientela, as agências passaram, progressivamente, a desempenhar mais funções e a assumir o papel de organizadora dos tempos livres dos indivíduos, oferecendo-lhes serviços que a ele caberia executar, mas, que por falta de tempo ou até mesmo por comodidade e segurança, prefere agora pagar a profissionais que o façam por sua vez (MIRANDA, 2000).

Segundo Mamede (2003, p.19/20), no Decreto nº 84.934, constitui atividade privativa das Agências de Turismo a prestação de serviços consistentes em:

- I - venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões;
 - II - Intermediação remunerada na reserva de acomodações;
 - III – recepção, transferência e assistência especializadas ao turista ou viajante;
 - IV - operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários;
 - V - representação de empresas transportadoras, empresas de hospedagem outras prestadoras de serviços turísticos;
 - VI - divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, dos serviços mencionados nos incisos anteriores.
- Observada a legislação específica, as Agências de Turismo poderão prestar, ainda, sem caráter privativo, os seguintes serviços:
- I - obtenção e legalização de documentos para viajantes;
 - II - reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros;
 - III - transporte turístico de superfície;
 - IV - desembaraço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes;
 - V - agenciamento de carga;
 - VI - prestação de serviços para congressos, convenções, feiras e eventos similares;
 - VII - operações de câmbio manual, observadas as instruções baixadas a esse respeito pelo Banco Central do Brasil;
 - VIII - outros serviços, que venham a ser especificados pela EMBRATUR.

Sendo assim, os roteiros do programa “Viaja Mais Melhor Idade” são elaborados pelas operadoras e revendidos pelos agentes de viagens cadastrados no programa. Esses pacotes são elaborados ainda com base no Programa de Regionalização do

Turismo e com base nas necessidades e restrições que o público alvo, ou seja, os idosos possuem.

CAPÍTULO II – Terceira Idade e Turismo

O envelhecimento da população já é um fenômeno visível na sociedade mundial e inclusive na sociedade brasileira. Com o crescimento dessa parcela da população, não se pode deixar de pensar no mercado consumidor para o turismo. Essa nova tendência de segmentação para o turismo tem chamado a atenção do governo e também das empresas do setor (FROMER; VIEIRA, 2003).

A terceira idade já é um segmento importante para o turismo e é merecedor de um tratamento diferenciado por parte das agências de turismo. Alguns dos aspectos importantes é o fato de eles poderem viajar a qualquer época do ano, sendo um dos maiores responsáveis pelos lucros do mercado no período de baixa ocupação; gostam de levar *souvenirs* dos lugares que visitam; gastam com conforto; e compram pacotes completos, nos quais incluem acomodação, alimentação, transporte e passeios (FROMER; VIEIRA, 2003).

Os idosos estão cada vez mais conscientes de que a busca pela qualidade de vida é extremamente necessária para evitar problemas como isolamento e sedentarismo, comuns em pessoas com mais de 60 anos. O convívio social com outras pessoas, o lazer, a busca por novos interesses e conhecimentos é um dos pontos no qual o turismo pode influenciar em suas vidas (SOUZA; JACOB, 2006).

Segundo BACAL, (2003, apud FROMER;VIEIRA, p. 65, 2003):

A utilização do tempo livre contínuo em viagens organizadas especificamente para pessoas da terceira idade poderá servir de estímulo para o relacionamento com novos grupos, aumentando, conseqüentemente, o círculo de amizades. Proporciona assim uma abertura no universo cognitivo, ou seja, uma ampla visão sobre lugares distintos do seu cotidiano e, como conseqüência, maior repertório de informações que facilita a sua própria comunicabilidade.

A saúde na terceira idade deixou de ser entendida apenas como a ausência de doenças para ser entendida como o estado de bem-estar físico, psíquico e social e para isso deve estar a cargo de uma equipe interdisciplinar (SOUZA; JACOB, 2006).

Esse bem-estar físico e psíquico social pode ser conseguido com o turismo, pois os idosos se relacionam com outras pessoas, praticam atividades de lazer, etc.

2.1 Particularidades do Turista Idoso

Segundo Fromer e Vieira, (2003, p. 66), os turistas da terceira idade:

- Preferem realizar atividades turísticas em grupos, mas não necessariamente com indivíduos da mesma idade;
- São mais críticos e seletivos, buscando qualidade;
- Visam ao conforto e aos benefícios;
- Procuram lugares novos, e se relacionam mais;
- São exigentes e reivindicativos, informados, conscientes e muito ciosos de seus direitos;
- Privilegiam a qualidade de serviços e a relação qualidade/ preço;
- Não querem ser tratados como incapazes, mas com respeito (não por sua condição de idosos, mas de clientes em absoluta igualdade com os demais).

Segundo o manual de orientações (2008), em uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade (ABCMI), os idosos viajam três vezes ao ano, ficam em média sete dias, gostam de compras e preferem as cidades históricas, praias e serras.

Porém, os turistas idosos possuem algumas características que devem ser levadas em consideração na hora da elaboração dos pacotes turísticos como a locomoção, alimentação e incontinência urinária (SOUZA; JACOB, 2006).

Em relação à locomoção, os idosos possuem várias restrições como a redução da condição muscular e respiratória, alterações nas juntas, dentre outras. E como o turismo está relacionado diretamente a movimento, locomoção é um dos pontos fundamentais que devem ser observados. Os profissionais da área devem se preocupar com a condição, restrições e segurança dos locais a serem visitados. Por isso a necessidade de evidenciar também o problema da incontinência urinária, pois, o transporte de idosos exige um maior número de paradas e locais de visitas com banheiros adequados (SOUZA; JACOB, 2006).

Já em relação à alimentação, como os idosos geralmente possuem digestão mais lenta, gastrite, diabetes ou colesterol elevado, devem ser servidas dietas adequadas, com baixa quantidade de gorduras e açúcares, assim como alimentos não muito apimentados ou ácidos (SOUZA; JACOB, 2006).

Além disso, os pacotes devem seguir algumas características como: acompanhamento de guias especializados; viagens durante a baixa estação; maior

conforto e maior preocupação com a qualidade; atividades culturais; supervisão médica; incentivo à sociabilidade; poucos deslocamentos com maior permanência em locais de visitação (FROMER; VIEIRA, 2003).

O atendimento também deve ser diferenciado, pois os idosos possuem redução de mobilidade, de visão e audição.

Entre algumas das recomendações e precauções contidas no Manual (2008, p. 16) para os profissionais do turismo estão:

Utilizar gestos; não gritar; sempre fazer contato visual; falar pausadamente; sempre fazer contato visual; assegurar que tenham compreendido o que foi dito; colocar-se sempre dentro do campo visual da pessoa enquanto se comunica; colocar-se sempre dentro do campo visual da pessoa enquanto se comunica; dar-lhes tempo para que respondam a uma pergunta; escrever com letras grandes; não responder por eles; tratá-los com respeito, inclusive as com limitações de cada um; não subestimar ninguém física, cultural ou intelectualmente.

Sendo assim, no destino, os profissionais devem se preocupar em oferecer o braço para que os idosos se apoiem se tiverem dificuldade para caminhar.

Já no próprio destino, os responsáveis pelos locais de visitação, acomodações e atrações turísticas devem se preocupar, segundo o Manual (2008, p. 16) em:

Adequar o local para pessoas com necessidades especiais; oferecer filas de preferência; Reservar assentos/ bancos; Disponibilizar corrimãos nas escadas ou declives; adequar pisos para serem antiderrapantes; apresentar placas/sinalizações de fácil visualização e com cores fortes; ter nos equipamentos itens de primeiros socorros e profissionais capacitados a utilizá-los; nas atividades aquáticas, disponibilizar coletes ou bóias em número suficiente e equipe que possa monitorar o grupo.

Seguindo essas recomendações e precauções todos tendem a se beneficiar, principalmente os idosos que realizarão suas viagens com mais segurança e conforto gerando maior satisfação. Já os agentes, que realizarão melhor seu trabalho, serão beneficiados, pois venderão mais e possivelmente, fidelizarão seus clientes. E por fim os locais, que receberão seus turistas novamente e que se satisfeitos farão boas recomendações desses atrativos.

CAPÍTULO III – Programa Viaja Mais Melhor Idade (VMMI)

Segundo o Manual (2008), o Viaja Mais “é uma iniciativa do governo para estimular viagens a determinadas parcelas da sociedade com renda insuficiente para viajar ou àqueles que, por motivos diversos, têm suas possibilidades de lazer limitadas.”

Segundo o mesmo Manual (2008), o programa *Viaja Mais Melhor Idade* “é a parte operacional do programa Viaja Mais, que viabiliza o acesso da melhor idade ao turismo, de forma exclusiva e organizada”.

Esse Programa tem como finalidade a inclusão social dos idosos, aposentados e pensionistas e é uma das estratégias do Plano Nacional de Turismo 2007/2010. O projeto conta com diversas parcerias com a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – Braztoa, Associação Brasileira de Agências de Turismo – ABAV, Ministério da Previdência Social, Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Ministério do Trabalho, Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE, Serviço Social do Comércio – SECS, projeto Vai Brasil e Órgão Oficiais de Turismo das Unidades da Federação (MANUAL, 2008).

O VMMI beneficia vários setores do turismo. Dentre eles, as operadoras de turismo, agências de viagens, destinos e empreendimentos visitados, instituições financeiras e os idosos em si.

Com o programa, os idosos beneficiam-se de pacotes exclusivos e customizados para grupo e para destinos pré-determinados com equipamentos adequados para atender esse público-alvo. As saídas são dos Estados de SC, PR, RS, SP, MG, RJ, DF, GO, BA, PE e AM. Há ainda a facilidade na forma de pagamento que pode ser efetuado com crédito consignado para aposentados e pensionistas.

3.1 Objetivos do Viaja Mais Melhor Idade

Segundo o Manual (2008), o objetivo principal do programa é: “promover a inclusão social das pessoas acima de 60 anos, aposentadas e pensionistas,

proporcionando-lhes oportunidades de viajar e usufruir os benefícios da atividade turística, ao mesmo tempo em que fortalece o turismo interno regionalizado.”

Os objetivos específicos, também segundo o Manual (2008), são:

- Fortalecer o mercado turístico interno, dinamizando a cadeia de distribuição do turismo e garantindo maior estabilidade do setor de serviços.
- Estimular a atividade turística em períodos de baixa ocupação, minimizando os efeitos da sazonalidade.
- Proporcionar ao público-alvo maior conhecimento do País, sua natureza, sua cultura e sua gente.
- Estimular a qualificação dos equipamentos e serviços turísticos.
- Estruturar os destinos turísticos, diversificar e qualificar a oferta turística brasileira, fortalecendo o processo de regionalização do turismo.
- Fomentar as viagens internas por meio de mecanismos que viabilizem a oferta de produtos de qualidade e acessíveis às pessoas da melhor idade.
- Fortalecer o desenvolvimento econômico da pequena e média empresa, que são a maioria na atividade turística nacional.

Esses objetivos são viáveis pela disponibilidade que os idosos têm de viajar nos períodos de baixa temporada. Todos se beneficiam: o idoso pagando menos e as agências e os destinos lucrando nos períodos que costumavam ser de baixa procura.

3.2 Como Funciona o Viaja Mais Melhor Idade

O programa é voltado para pessoas acima de 60 e acompanhantes acima de 16 anos. Os pacotes devem ser vendidos por agências cadastradas e capacitadas no Vai Brasil e credenciada no Viaja Mais Melhor Idade. A capacitação se dá através de treinamento presencial ou eletrônico. Existem diversificados tipos de pacotes (turístico/superior/luxo) e a duração varia conforme o mercado e destino, podendo compreender de três a oito dias.

Segundo o Manual (2008, p.11), para fazer a compra, o turista deve:

1. Dirigir-se a uma agência de viagem credenciada para o programa Viaja Mais Melhor Idade.
2. Escolher o pacote, a forma de pagamento e apresentar a documentação exigida.
3. Aguardar que a agência de viagem consulte a operadora sobre a disponibilidade de lugares. No caso de crédito consignado, disponibilizar à agência de viagem a documentação exigida pela operadora.

4. Ao receber a confirmação de crédito, retirar a documentação para viagem (voucher, bilhetes etc.) na agência de viagem.

Na primeira etapa do projeto, as saídas eram exclusivas dos Estados de São Paulo e do Distrito Federal. Já nesta segunda etapa, que acontece no período de março a junho de 2008, foram incluídas as saídas de Vitória (ES), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Goiania (GO), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Florianópolis (SC), Recife (PE), Salvador (BA) e Manaus (AM) (VIVATUR, 2008).

Os destinos foram escolhidos com base no Plano Nacional de Turismo 2007/2010 e no programa de Regionalização do Turismo – Roteiro do Brasil, observando o interesse da demanda, capacidade de atendimento e disponibilidade de produtos e serviços na baixa ocupação (MANUAL, 2008).

Os destinos da Região Nordeste são: Bahia Salvador (incluindo Costa do Sauípe), Maceió, Natal, Recife, Fortaleza, Porto de Galinhas, Aracaju, João Pessoa, São Luís (incluindo Lençóis Maranhenses) (VIVATUR, 2008).

Os destinos da Região Sul são: Florianópolis, Foz do Iguaçu, Serra Gaúcha, Balneário Camboriú, Curitiba, Blumenau, Joinville, Thermas de Gravatal (VIVATUR, 2008).

Os destinos da Região Sudeste são: Araxá, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Angra dos Reis, Ouro Preto, Armação de Búzios, Campos do Jordão, Cidades Históricas, Petrópolis, Poços de Caldas, São Paulo, Vitória (incluindo Guarapari), Paraty (VIVATUR, 2008).

Já na Região Norte os idosos podem optar por Manaus e Belém (incluindo a Ilha de Marajó), e na Região Centro-Oeste Caldas Novas, Bonito, Pantanal e Brasília (VIVATUR, 2008).

O pagamento pode ser efetuado em dinheiro, cheque, cartão de débito ou crédito. Já os financiamentos por crédito consignado serão feitos pelo Banco do Brasil ou pela Caixa Econômica Federal, para viagens de até R\$ 3.000,00 e dividido em até 12 vezes (MANUAL, 2008).

Porém, alguns documentos serão exigidos nessas compras com crédito consignado: CPF, RG, comprovante de renda de aposentadoria ou pensão. Além disso,

o preço do pacote não pode passar de 30% da renda líquida dos aposentados e pensionistas (MANUAL, 2008).

Com base no referencial apresentado, no próximo capítulo far-se-á uma análise tendo como base as entrevistas com algumas agências de viagem de Brasília para verificar-se os pontos positivos e negativos do programa.

CAPÍTULO IV – ANÁLISE DOS DADOS

Para melhor entendimento deste estudo, foram feitos 60 contatos com as agências cadastradas no Programa, porém, só foram obtidas oito respostas. Foram analisadas, então, oito entrevistas realizadas com funcionários das agências de viagens cadastradas no site do Programa “Viaja Mais Melhor Idade” e obtidas via telefone, e-mail e de entrevistas presenciais.

De acordo com os dados coletados pôde-se observar que apesar das vantagens que o Programa oferece, a procura pelos pacotes de viagem ainda tem sido baixa. A principal causa, segundo os entrevistados é a falta de informação e propaganda. Observa-se que o Programa foi implantado em setembro de 2007 e encontra-se em sua segunda etapa. Sendo assim, as agências de uma forma geral acreditam que a demanda irá aumentar gradativamente com o desenvolvimento do programa e a implementação das novas etapas.

Quando questionados sobre a percepção sobre o Programa, três dos entrevistados afirmaram ser um projeto positivo, porém não muito importante para as agências. Tal fato se deve, segundo eles, porque o programa é voltado para o aposentado de baixa renda, e a maior demanda que busca por serviços dos agentes de viagem é de aposentados de classe média que não necessitam de pacotes promocionais (compram pacotes que não se encontram incluídos no Programa). Já os outros cinco entrevistados acreditam no Programa e acreditam que ele pode influenciar e garantir o aumento das vendas das agências. Evidenciam ainda que é um projeto de resultados a médio e longo prazo e a expectativa é que ele seja bem absorvido pelo mercado do turismo.

O preço médio dos pacotes custa em torno de R\$ 1.000,00 e a duração da viagem varia de 03 (três) a 07 (sete) dias. Segundo os entrevistados, os idosos brasilienses optam pelos pacotes terrestres, principalmente para as cidades históricas em Minas Gerais e Caldas Novas/GO. Quando decidem por pacotes aéreos os lugares mais procurados são as cidades do nordeste como Fortaleza/CE, Natal/RN, Salvador e Porto Seguro na Bahia

Os agentes informaram ainda que em 2007, agências comercializaram, no âmbito do projeto, uma quantidade de pacotes acima do que elas imaginavam. A previsão para 2008 é aumentar ainda mais esse número, porém, até o momento a demanda pelos serviços está baixa.

Ainda conforme dados coletados, todas as agências realizaram o cadastramento pelo próprio site do Programa. Os entrevistados acreditam que esse cadastramento é importante e necessário para que elas possam prestar de um atendimento com qualidade e garantir a autenticidade do produto. Além disso, eles disseram que o cadastramento é rápido e simples e a inclusão no site do programa ajuda na divulgação da agência. Apesar de os agentes acreditarem que o cadastramento no programa poder contribuir para a divulgação da agência, essa rapidez e simplicidade podem comprometer a eficácia do programa, uma vez que qualquer uma poderá se cadastrar e se beneficiar do programa, sem se preocupar com a qualidade do serviço e do produto que estão oferecendo.

. Sendo assim, tendo em vista a atual situação do projeto do Viaja Mais Melhor Idade, as sugestões dos respondentes à entrevista se concentram especialmente na maior desburocratização das vendas dos pacotes e na elaboração de excursões específicas para os idosos, pois, muitos deles quando procuram as agências não possuem companhia para realizar as viagens, demonstrando interesse em realizá-las com outros idosos. Essa demanda não visa apenas comprar os pacotes oferecidos pelas agências, mas também, a interação com outras pessoas da mesma idade. Outra sugestão evidenciada foi a de aumentar as formas de divulgação do programa pelo governo, para que os idosos se familiarizem com ele.

O que se pode observar, depois de concluída a análise dos dados coletados nas agências de viagem que participam do programa, é que este é uma inteligente iniciativa do Governo para desenvolver o turismo interno no Brasil, mas ele precisa de tempo para ser absorvido pelo mercado consumidor, garantindo uma fidelização do produto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Programa “Viaja Mais Melhor Idade” foi criado pelo Ministério do Turismo para beneficiar a nova tendência de mercado, o turístico da terceira idade. Além disso, beneficiar todo o setor, qualificando-o e suprimindo algumas necessidades como a da baixa demanda devido à sazonalidade.

Nesse sentido, o objetivo geral dessa pesquisa foi analisar a percepção das agências de viagem de Brasília/DF sobre o Programa “Viaja Mais Melhor Idade”.

Sendo assim, com base no referencial teórico abordado pôde-se considerar que apesar de os turistas idosos serem uma boa opção de demanda para esses casos, eles possuem algumas características que devem ser consideradas na hora da elaboração dos pacotes turísticos, porém, possuem disponibilidade de tempo e, geralmente, financeira para realizar suas viagens, daí a importância das agências de viagem se especializarem nesse segmento.

O observado com essa pesquisa é que as agências de Brasília estão interessadas em participar e se cadastrar no Programa. Porém, falta informações mais detalhadas sobre o Programa, além disso, ele possui algumas falhas que poderão ser corrigidos em suas próximas etapas. Evidencia-se ainda que falta treinamento dos agentes de viagens que vendem esse produto, e melhor divulgação nos vários meios de comunicação dirigidos aos consumidores do Programa.

Durante a realização deste estudo, as dificuldades encontradas na pesquisa relacionaram-se com o retorno dos contatos efetuados com os funcionários das agências de viagens envolvidas com o projeto, e com o material bibliográfico de pesquisa. Além disso, faltam estudos sobre o tema, inviabilizando algumas comparações e leituras, e ainda, a ausência de conhecimento específico dos entrevistados sobre o próprio Programa. Muitas vezes eles apenas revendem os pacotes, mas não têm conhecimento profundo sobre os objetivos do programa e como a empresa pode se beneficiar com ele. Quem geralmente tem essas informações são os diretores ou quem fez o cadastramento da agência no Programa.

A constatação obtida é que o “Viaja Mais Melhor Idade” poderá ter o sucesso esperado quando treinar mais os agentes de viagens e explicar para eles como o segmento da terceira idade pode ser importante para aumentar as vendas e gerar lucros para a empresa. Além disso, destaca-se a importância de informar e divulgar mais o programa entre as pessoas da “melhor idade”.

Portanto, acredita-se que o sucesso pleno do programa está na participação correta de todos os interessados: idosos, agentes de viagens, destinos e Governo. E apesar de possuir pequenos problemas, eles podem ser corrigidos se levado em consideração as falhas e correções da etapa anterior e buscando o aperfeiçoamento das próximas etapas.

Também seria importante que pesquisas como está fossem realizadas a cada etapa do programa para se observar seu desenvolvimento e contribuir de alguma forma para seu aperfeiçoamento. Assim, o Programa “Viaja Mais Melhor Idade” pode ser importante para que os idosos de renda mais baixa possam, enfim, ter sua velhice mais feliz.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo – Fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2002.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1998.

FROMER, Betty. *Turismo e terceira idade*. São Paulo: Aleph, 2003.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

MAMEDE, Gladston. *Agências, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções*. Baurueri: Manole, 2003.

PETROCCHI, Mario. *Agências e gestão de turismo: planejamento*. São Paulo: Futura, 2003.

SILVA, Edna Lúcia da.; MENEZES, Estera Muszkat. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. Florianópolis: LED/UFSC, 2000.

SOUZA, Heloísa Maria Rodrigues de. ; JACOB, Wilson. ; SOUZA, Romeu Rodrigues de. *Turismo e qualidade de vida na terceira idade*. Barueri: Manole, 2006.

SITES

_____. *Conceito crédito consignado*. Disponível em: <http://www.emprestimos.org/conceitos/emprestimos-consignados.html>>. Acesso em 25 de maio, 2008.

_____. *Manual de orientações: agentes de viagem*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/institucional/arquivos/cartilha-agentes.pdf>>. Acesso em 25 de maio, 2008.

_____. *Saiba tudo sobre o Viaja Mais Melhor Idade*. Disponível em: <http://www.vivatur.com/conteudo_portal.php?conteudo=473> . Acesso em 9 de junho, 2008.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Entrevista

1. Qual a sua percepção sobre o programa “Viaja Mais Melhor Idade”?
2. Você acredita que o programa possa atingir os objetivos esperados?
3. Qual o grau de importância do cadastramento das agências de viagem no programa?
4. Como foi a procura na primeira etapa do programa?
5. Tem havido demanda para os pacotes do programa “Viaja Mais Melhor Idade”?
6. Quais os destinos mais procurados?
7. Você tem alguma sugestão para que o programa possa melhorar?